



ODDO BHF  
ASSET MANAGEMENT

*Fund Insight*

ODDO BHF FUTURE OF FOOD

SEPTEMBRE 2023

LE CHIFFRE DU MOIS

70

Le pourcentage de restaurants possédant un compte Instagram

Date de création du fonds

*Juillet 2018*

Encours sous gestion

*34 M\$*

POINT DE GESTION

Accès aux dernières performances et reporting

[VOIR](#)

Indicateur de risque<sup>1</sup>

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

Les performances passées ne sont pas un indicateur fiable des performances futures et ne sont pas constantes dans le temps.

Pays où le fonds dispose d'une autorisation de commercialisation : France, Belgique, Suisse, Allemagne, Espagne, Luxembourg, Autriche, Suède.

<sup>1</sup>L'indicateur synthétique de risque (SRI) permet d'apprécier le niveau de risque de ce produit par rapport à d'autres. Il indique la probabilité que ce produit enregistre des pertes en cas de mouvements sur les marchés ou d'une impossibilité de notre part de vous payer. Il s'échelonne dans une fourchette de 1 (risque faible) à 7 (risque élevé). Cet indicateur n'est pas constant et changera en fonction du profil de risque du fonds. La catégorie la plus faible ne signifie pas sans risque. Les données historiques, telles que celles utilisées pour calculer le SRI, pourraient ne pas constituer une indication fiable du profil de risque futur du Fonds. L'atteinte des objectifs de gestion en termes de risque ne peut être garantie. | Catégorie d'actifs : Actions ; Devise : CHF / EUR / USD.

Données au 15/09/2023 | Source : ODDO BHF (Switzerland)

# L'histoire DU MOIS

Nous connaissons et utilisons tous TripAdvisor que ce soit près de chez nous ou à l'étranger pour trouver le restaurant qu'il nous faut selon nos critères. Cette plateforme permet effectivement aux consommateurs de partager leurs avis et ainsi, d'en pénaliser ou privilégier certains. Mais qu'en est-il lorsque les restaurateurs, jusque-là dépendant des « notes » de leurs clients, décident à leur tour, d'utiliser ces plateformes à leur avantage pour influencer les décisions des individus ? Avec la montée en puissance des réseaux sociaux qui comptent 5 milliards d'utilisateurs actifs, les restaurants ont fait du partage de photos/vidéos des plats un outil marketing essentiel, et ça fonctionne ! Regardons plus en détail comment cet outil crée un avantage concurrentiel.

Premièrement d'un point de vue impact médiatique, les statistiques montrent que 63% des consommateurs utilisent les réseaux sociaux pour découvrir de nouveaux restaurants, que 38% des utilisateurs Instagram regardent du contenu lié à la nourriture et que 45% en partagent. Les restaurateurs ont bien compris cette dernière tendance et comptent profiter de ce canal de publicité « gratuit » en accordant davantage d'attention au côté esthétique des plats proposés. De cette manière, ils encouragent les consommateurs à partager leur expérience avec leur communauté en mentionnant les restaurants dans leurs publications. Les chefs, eux aussi, sont devenus des stars de ces réseaux avec le chef Philippe Etchebest qui compte plus d'un million d'abonnés et Cyril Lignac qui a dépassé la barre des 3 millions d'abonnés sur Instagram.

Deuxièmement d'un point de vue persuasif, 32% des personnes affirment qu'elles iront visiter un restaurant directement après avoir vu son contenu sur les réseaux, que 22% sont prêts à revisiter un restaurant grâce à sa présence médiatique et que 88% des personnes suivent les recommandations faites par leurs amis sur ces plateformes lorsqu'elles doivent en choisir un. Le processus de persuasion engendré par d'irrésistibles photos, suggéré de plus par des personnes de « références » (amis, influenceurs, chefs) finit d'achever les quelques doutes que pourrait avoir un consommateur sur un établissement alimentaire et attire même ceux qui ne cherchaient pas un restaurant initialement. Cette dernière conséquence favorable qui en découle peut s'apparenter à une stratégie « Pull » : on crée de la demande.

Vous l'avez compris, être présent sur les réseaux est fondamental pour « survivre » dans cette ère de la digitalisation, maintenant la question qui se pose est comment se différencier parmi tous les autres restaurants qui utilisent également les médias sociaux ? Quand d'un côté, les restaurateurs indépendants se contentent de publier leurs petits plats en innovant dans la mesure du possible leur menu, les grands groupes, eux, se permettent de dépenser des sommes exorbitantes en Machine Learning. En exploitant les données des clients, le Machine Learning permet aux restaurateurs d'identifier les besoins des consommateurs, de prédire

leur comportement et comprendre leurs tendances afin de mener des campagnes plus efficaces et créer des expériences personnalisées. L'impact de la personnalisation n'est pas à prendre à la légère, avec 52% des clients qui déclarent être capable de changer de marques si la leur ne personnalisait pas sa communication.

Si l'on prend l'exemple des chaînes McDonald's et Burger King, elles font toutes deux appels au Machine Learning pour suggérer à leurs clients des plats basés sur leurs commandes précédentes, sur le temps qu'il fait ou sur l'heure de la journée. Evidemment cela à un coût, l'organisation Bite Back a révélé que les 10 entreprises les plus dépensières ont investi 75 % de plus dans les médias sociaux et la publicité numérique en 2022 que l'année précédente, et ça ne fera qu'augmenter à l'avenir. La plus forte augmentation a été enregistrée par le géant américain McDonald's avec une hausse de 300 % de ses dépenses publicitaires, suivis par KFC avec une hausse de 224% et UbearEats avec 199 %. Déjà en 2019, la firme McDonald's avait réalisé sa plus grosse acquisition depuis 20 ans, en rachetant la start-up Dynamic Yield pour 300 millions de dollars. La technologie basée sur l'IA développée par cette start-up a permis au géant du fast-food d'optimiser son service McDrive en offrant à ses clients un moteur de recommandations personnalisés.

En conclusion, nous avons vu deux techniques de marketing hautement efficaces utilisés par les restaurants qui s'opposent principalement par leur différence de prix. Alors que le contenu généré par les utilisateurs sur les réseaux consiste en un canal de publicité gratuit pour les restaurants, le Machine Learning de son côté, pousse les chaînes de restaurants à dépenser des sommes exorbitantes dans le but d'établir des liens significatifs avec leurs consommateurs. Bien que le Machine Learning soit pour l'instant utilisé par une minorité de « privilégiés » dans ce secteur infiniment fragmenté de la restauration, il sera dans un futur proche, la nouvelle nécessité et tendance des restaurateurs au même titre que les réseaux sociaux aujourd'hui.

**Aucune des entreprises susmentionnées n'est visée par une recommandation d'investissement. Les performances passées ne sont pas un indicateur fiable des performances futures et ne sont pas constantes dans le temps.**

# Pourquoi investir

## DANS ODDO BHF FUTURE OF FOOD?

### UN THÈME EN PLEIN ESSOR : FUTURE OF FOOD :

La révolution alimentaire en cours est menée par les consommateurs, la réglementation et la durabilité. De la production à la consommation de la nourriture, l'ensemble de la chaîne de valeur sera considérablement affecté. Un investissement dans les entreprises qui façonnent l'avenir de l'alimentation devrait offrir des opportunités intéressantes aux investisseurs.

### UN PROCESSUS INNOVANT PILOTÉ PAR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE :

Utilisation du traitement du langage naturel par l'équipe de gestion. Plus de 4 millions de points de données analysés par jour, avec pour objectif de générer de nouvelles idées d'investissement et de détecter les sous-thèmes les plus générateurs d'alpha liés au thème Future of Food.

### UNE EXPOSITION COMPLÈTE :

Le fonds offre notamment à nos clients une exposition directe à des sous-thèmes à forte croissance englobant l'ensemble de la chaîne de valeur de la ferme à l'assiette : agriculture 4.0, innovation alimentaire, nouveaux modes de consommation et fermeture de la boucle alimentaire.

### UNE APPROCHE DURABLE :

Identification des sociétés les plus prometteuses sur la base d'une équipe de gestion expérimentée et complémentaire et un processus ESG solide.

## L'ÉQUIPE DE GESTION



**CLÉMENT MACLOU**  
Gérant de portefeuille thématique  
ODDO BHF Switzerland



**NICOLAS MOESCHLER**  
Gérant de portefeuille thématique  
ODDO BHF Switzerland

## RISQUES

ODDO BHF Future of Food est principalement exposé aux risques suivants : Risque de perte en capital, risque de liquidité, risque lié à l'inflation, risque de contrepartie, risque opérationnel & risque de conservation, risque de change, risque de taux d'intérêt faible, risque lié aux petites capitalisations boursières, risque lié aux secteurs spécialisés ou restreints, risque lié aux techniques de gestion efficace du portefeuille, risque lié aux marchés d'actions, risque lié aux marchés de matières premières, risque lié aux investissements dans des actions/parts d'OPC ou d'OPCVM, risque de durabilité.

### Codes ISIN des fonds

**CRw USD**

LU1831000762

**Clw USD**

LU1831000929

**CRw EUR**

LU1979509194

**Clw EUR**

LU1979510283

**CRw CHF**

LU1831001141

## DISCLAIMER

ODDO BHF AM est la division de gestion d'actifs du groupe ODDO BHF. Il s'agit de la marque commune de quatre sociétés de gestion d'actifs juridiquement distinctes : ODDO BHF AM SAS (France), ODDO BHF AM GmbH (Allemagne), ODDO BHF AM Lux (Luxembourg) et METROPOLE GESTION (France).

Ce document a été établi par ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS, agissant en tant que distributeur du fonds pour la communication sur le marché. Sa remise à tout investisseur relève de la responsabilité exclusive de chaque distributeur ou conseil.

L'investisseur potentiel doit consulter un conseiller en investissement avant de souscrire dans le fonds. L'investisseur est informé que le fonds présente un risque de perte en capital, mais aussi un certain nombre de risques liés aux instruments/stratégies en portefeuille. En cas de souscription, l'investisseur doit obligatoirement prendre connaissance du Document d'information clé (DIC) ou du prospectus de l'OPC pour une présentation exacte des risques encourus et de l'ensemble des frais. La valeur de l'investissement peut évoluer tant à la hausse qu'à la baisse et peut ne pas lui être intégralement restituée. L'investissement doit s'effectuer en fonction de ses objectifs d'investissement, son horizon d'investissement et sa capacité à faire face au risque lié à la transaction. ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS ne saurait également être tenue pour responsable de tout dommage direct ou indirect résultant de l'usage de la présente publication ou des informations qu'elle contient. Les informations sont données à titre indicatif et sont susceptibles de modifications à tout moment sans avis préalable.

Les opinions émises dans ce document correspondent à nos anticipations de marché au moment de la publication du document. Elles sont susceptibles d'évoluer en fonction des conditions de marché et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité contractuelle d'ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS. Les valeurs liquidatives affichées sur le présent document le sont à titre indicatif uniquement. Seule la valeur liquidative inscrite sur l'avis d'opéré et les relevés de titres fait foi. La souscription et le rachat des OPC s'effectuent à valeur liquidative inconnue.

Un résumé des droits des investisseurs est disponible gratuitement sous forme électronique en anglais sur le site web à l'adresse suivante : [https://am.oddo-bhf.com/france/fr/investisseur\\_non\\_professionnel/infos\\_reglementaire](https://am.oddo-bhf.com/france/fr/investisseur_non_professionnel/infos_reglementaire)

Le fonds peut avoir été autorisé à la distribution dans différents Etats membres de l'UE. L'attention des investisseurs est attirée sur le fait que la société de gestion peut décider de mettre fin aux dispositions qu'elle a prises pour la distribution des parts du fonds conformément à l'article 93 bis de la directive 2009/65/CE et à l'article 32 bis de la directive 2011/61/UE.

La politique de traitement des réclamations est disponible sur notre site Internet [am.oddo-bhf.com](http://am.oddo-bhf.com) dans la rubrique informations réglementaires. Les réclamations clients peuvent être adressées en premier lieu à la messagerie suivante : [service\\_client@oddo-bhf.com](mailto:service_client@oddo-bhf.com)

Le DIC (ENG, FR, DEU, SP) et le prospectus (ENG, FR, DEU) sont disponibles gratuitement auprès de ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS sur [am.oddo-bhf.com](http://am.oddo-bhf.com) ou auprès des distributeurs autorisés. Le rapport annuel ainsi que le rapport semestriel sont disponibles gratuitement auprès de ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS ou sur le site Internet [am.oddo-bhf.com](http://am.oddo-bhf.com).

## ODDO BHF ASSET MANAGEMENT SAS (FRANCE)

Portfolio management company approved by the Autorité des Marchés Financiers under GP 99011.  
Société par actions simplifiée with capital of €21,500,000. Trade Register (RCS) 340 902 857 Paris.  
12 boulevard de la Madeleine · 75440 Paris Cedex 09 France · Phone: +33 (0)1 44 51 85 00